SUPLEMENTO DE Página/12
Año 2 - Nº 81 - Viernes 24 de julio de 1992

METROPOLIS

SEÑALIZACION Y PUBLICIDAD: TODO A NUEVO

SPINAZZOLA PUBLICIDAD

LAS LUCES DEL CENTRO

Reordenamiento de la publicidad en vía pública

LA TENTACION EN LA CALLE

Producción fotográfica
Adriana Lestido

La comuna intenta un reordenamiento del espacio visual publicitario.

(Por Natasha Niebieskikwiat)
En la película *Blade Runner* el director Riddley Scott anticipa un posible paisaje urbano: una ciudad luminosa, calles con enormes carteles publicitarios de neón y pantallas en movimiento que acosan las ventanas de lúgubres, tenues y solitarios interiores. El policía Deckard (encarnado por Harrison Ford) se enfrenta a la máquina y al tiempo. La metrópoli se anticipa a sus pares Las Vegas y Nueva York. ¿Y qué tal Buenos Aires? Bien, tal vez, lejos de este tipo aún. Pero a la altura de estos tiempos ya tiene, como toda gran ciudad, sus signos de modernidad contrarios a aquellos que oculta. Desde hace un tiempo, desde que se dice que entramos al Primer Mundo, Buenos Aires tiene otro aspecto, al menos en sus zonas céntricas: más luces, colores, una nueva forma de combinar la información pública con la comunicación publicitaria.

La publicidad en la vía pública abarca los afiches y los carteles en terrazas de edificios y empalizadas de obras; las medianeras pintadas, las gigantografías y los espectaculares. Bajo el nombre de "Reordenamiento del Espacio Visual Publicitario", la Municipalidad de la Ciudad de Buenos Aires (MCBA) concedió la publicidad en los refugios peatonales (paradas de colectivos), en la señalización vertical (que incluye la nomenclatura de calles y paradas de colectivos), las carapantallas (esas estructuras de hierro fundido que abundan desde hace tiempo en las calles) y las llamadas luces de Buenos Aires, que son las nuevas pantallas de acrílico y hierro fundido de puro uso publicitario y que ya pululan por las veredas y plazas. En otra etapa se concederán las señalizaciones en los espacios culturales (museos, centros culturales) y se habla de marcas hasta en los recipientes de basuras.

La nueva señalización con publicidad ha causado tanto elogios como rechazos de los vecinos, por gusto, por cuestiones ideológicas o simplemente por conveniencia, cuando, por ejemplo, el refugio o pantalla luminosa tapa la fachada de un negocio. Quienes elogian el nuevo sistema reconocen "el aspecto luminoso y colorido que le da a la ciudad, la hace lucir más cuidada", dicen. Del otro lado están los que critican: "En la televisión se puede hacer zapping; en la calle tenés que mirar o mirar, estás invadido por la propaganda", señalan. Otros atribuyen su molestia a que "en las calles uno tiene la sensación de que está en el Banco de Galicia entre Silvina Aguirre e YPF", dicen en alusión a algunas de las marcas que sostienen la nomenclatura de las calles.

"La ciudad se está transformando cada vez más en una especie de personalidad de diseño no estacionado, sino programado publicitariamente", explica Christian Ferrer, profesor en Filosofía de la Técnica. "Las identidades hoy día son movibles con mucha facilidad. Hoy se puede cambiar mucho de estilo de vida y lo mismo pasa con la ciudad. Hoy se trata de estilos de ciudad. Hace quince años un famoso arquitecto llamado Robert Venturi —dice— argumentaba que las ciudades del futuro serían como Las Vegas, puro cartel. Yo no estoy de acuerdo, creo que serán como Hollywood, que se armarán y desarmarán como un decorado."

Nueva señalización de calles, diferentes manifestaciones de publicidad en la vía pública y anuncios de todo tipo bajo la forma de pegatinas y pintadas adornan, por así decirlo, a Buenos Aires y contaminan el ojo.

Lo que vendrá

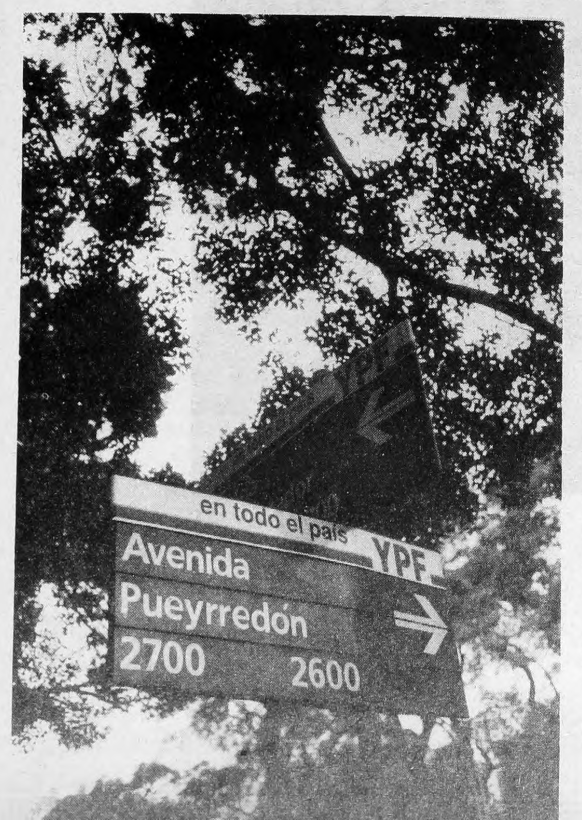
El subsecretario de Privatizaciones de la Secretaría de Gobierno municipal, el arquitecto Jorge Luis Salomoni, defiende el nuevo sistema y argumenta que éste le garantiza a la MCBA la reposición del material de la infraestructura urbana, el sistema de publicidad legal y un canon por los derechos de publicidad. "Hay distintas opiniones sobre publicidad en las señalizaciones. Yo creo que la calle es para mostrarla y ésta es una forma de hacerlo. Al vecino le conviene que haya información pública. Y nuestra administración atravesaba por una fuerte crisis presupuestaria. En la Argentina hemos vivido no sólo como si los bienes públicos no fueran de nadie, sino que además se los degradaba, y es increíble el efecto qe produce la existencia de un custodio particularizado del mobiliario urbano. Nosotros garantizaremos el control de la administración pública."

Al llamado a licitación de la MCBA se presentaron siete empresas. Siemens-Lezcon-Trabacar fue la ganadora en el rubro de señalizaciones verticales, que incluyen las nomenclaturas de calles y paradas de colectivos. Augusto Spinazola Publicidad ganó los refugios peatonales y está en dicusión con Siemens el dominio de las señales de parada de colectivos que están en esos mismos refugios y que ambos reclaman. Wellon SA y Rainbow obtuvieron las carapantallas de hierro (las más veteranas del tipo en esta ciudad), y José Osvaldo Terranova obtuvo las pantallas luminosas aparecidas recientemente. Los concesionarios tienen el derecho de alquilar su espacio a los distintos anunciantes.

Cada contrato estableció garantías y obligaciones. Entre ellas, la construcción y reconstrucción de la señal y el mantenimiento de todas y, como era esparable, empezaron por las zonas céntricas y barrios residenciales. El monto de inversión en señalizaciones verticales a diez años llegará a los dos millones de dólares con un canon mensual progresivo desde los dos mil quinientos dólares. Por los refugios, también a diez años, se invertirán dos millones y medio de dólares y un canon progresivo desde cinco mil dólares. En las carapantallas, a cinco años, la inversión será de un millón y medio de dólares y un canon mensual de veinticinco mil dólares.

El director del proyecto de diseño de las señales verticales que la MCBA presentó a la concesionaria, el arquitecto Guillermo González Ruiz, indica que su equipo de trabajo se preocupó "por dignificar el paisaje urbano y por conciliar la apelación al consumo con la información pública sin que una desbordara a la otra. Por ejemplo, la publicidad abarca sólo el veinticinco por ciento de la paleta a manera de ladrillos —son cuatro— que se acoplan formando el nombre de la calle. Esa paleta es de plástico y tiene forma de huso, por lo que resulta un diseño más contemporáneo y resistente al viento".

El modelo de los refugios, existentes en algunas ciudades europeas y también en Israel, fue principalmente importado de París. Su diseño modular de hierro soldado y policarbonato (fibra importada, transparente) no resulta tan funcional como llamativo para ser finalmente sólo un soporte de publicidad. Su transparencia permite el paso del sol, y al ser abierto deja entrar la lluvia y el viento. El ingeniero Spinazola, presidente de la firma del mismo nombre, dice que "esta concesión es más una colaboración que una inversión rentable. Nuestros costos son tan altos como los internacionales, pero el precio de la publicidad aquí es muy bajo". Spinazola indica que el modelo fue adaptado a las característi-



Reordenamiento de la publicidad en vía pública

LA TENTACION EN LA CALLE

Producción fotográfica
Adriana Lestido

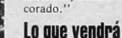
La comuna intenta un reordenamiento del espacio visual publicitario.

(Por Natasha Niebieskikwiat) En la película *Blade Runner* el director Riddley Scott anticipa un posible paisaje urbano: una ciudad luminosa, calles con enormes carteles publicitarios de neón y pantallas en movimiento que acosan las ventanas de lúgubres, tenues y solitarios interiores. El policía Deckard (encarnado por Harrison Ford) se enfrenta a la máquina y al tiempo. La metrópoli se anticipa a sus pares Las Vegas y Nueva York. ¿Y qué tal Buenos Aires? Bien, tal vez, lejos de este tipo aún. Pero a la altura de estos tiempos ya tiene, como toda gran ciudad, sus signos de modernidad contrarios a aquellos que oculta. Desde hace un tiempo, desde que se dice que entramos al Primer Mundo, Buenos Aires tiene otro aspecto, al menos en sus zonas céntricas: más luces, colores, una nueva forma de combinar la información pública con la comunicación publicitaria.

La publicidad en la vía pública abarca los afiches y los carteles en terrazas de edificios y empalizadas de obras; las medianeras pintadas, las gigantografías y los espectaculares. Bajo el nombre de "Reordenamiento del Espacio Visual Publicitario", la Municipalidad de la Ciudad de Buenos Aires (MCBA) concedió la publicidad en los refugios peatonales (paradas de colectivos), en la señalización vertical (que incluye la nomenclatura de calles y paradas de colectivos), las carapantallas (esas estructuras de hierro fundido que abundan desde hace tiempo en las calles) y las llamadas luces de Buenos Aires, que son las nuevas pantallas de acrílico y hierro fundido de puro uso publicitario y que ya pululan por las veredas y plazas. En otra etapa se concederán las señalizaciones en los espacios culturales (museos, centros culturales) y se habla de marcas hasta en los recipientes de basuras.

La nueva señalización con publicidad ha causado tanto elogios como rechazos de los vecinos, por gusto, por cuestiones ideológicas o simplemente por conveniencia, cuando, por ejemplo, el refugio o pantalla luminosa tapa la fachada de un negocio. Quienes elogian el nuevo sistema reconocen "el aspecto luminoso y colorido que le da a la ciudad, la hace lucir más cuidada", dicen. Del otro lado están los que critican: "En la televisión se puede hacer zapping; en la calle tenés que mirar o mirar, estás invadido por la propaganda", señalan. Otros atribuyen su molestia a que "en las calles uno tiene la sensación de que está en el Banco de Galicia entre Silvina Aguirre e YPF", dicen en alusión a algunas de las marcas que sostienen la nomenclatura de las calles.

"La ciudad se está transformando cada vez más en una especie de personalidad de diseño no estacionado, sino programado publicitariamente", explica Christian Ferrer, profesor en Filosofía de la Técnica. "Las identidades hoy día son movibles con mucha facilidad. Hoy se puede cambiar mucho de estilo de vida y lo mismo pasa con la ciudad. Hoy se trata de estilos de ciudad. Hace quince años un famoso arquitecto llamado Robert Venturi —dice— argumentaba que las ciudades del futuro serían como Las Vegas, puro cartel. Yo no estoy de acuerdo, creo que serán como Hollywood, que se armarán y desarmarán como un decorado."



Lo que vendrá

El subsecretario de Privatizaciones de la Secretaría de Gobierno municipal, el arquitecto Jorge Luis Salomoni, defiende el nuevo sistema y argumeta que éste le garantiza a la MCBA la reposición del material de la infraestructura urbana, el sistema de publicidad legal y un canon por los derechos de publicidad. "Hay distintas opiniones sobre publicidad en las señalizaciones. Yo creo que la calle es para mostrarla y ésta es una forma de hacerlo. Al vecino le conviene que haya información pública. Y nuestra administración atravesaba por una fuerte crisis presupuestaria. En la Argentina hemos vivido no sólo como si los bienes públicos no fueran de nadie, sino que además se los degradaba, y es increíble el efecto qe produce la existencia de un custodio particularizado del mobiliario urbano. Nosotros garantizaremos el control de la administración pública."

> Nueva señalización de calles, diferentes manifestaciones de publicidad en la vía pública y anuncios de todo tipo bajo la forma de pegatinas y pintadas adornan, por así decirlo, a Buenos Aires y contaminan el ojo.

Al llamado a licitación de la MCBA se presentaron siete empresas. Siemens-Lezcon-Trabacar fue la ganadora en el rubro de señalizaciones verticales, que incluyen las nomenclaturas de calles y paradas de colectivos. Augusto Spinazola Publicidad ganó los refugios peatonales y está en dicusión con Siemens el dominio de las señales de parada de colectivos que están en esos mismos refugios y que ambos reclaman. Wellon SA y Rainbow obtuvieron las carapantallas de hierro (las más veteranas del tipo en esta ciudad), y José Osvaldo Terranova obtuvo las pantallas luminosas aparecidas recientemente. Los concesionarios tienen el derecho de alquilar su espacio a los distintos anunciantes.

Cada contrato estableció garantías y obligaciones. Entre ellas, la construcción y reconstrucción de la señal y el mantenimiento de todas y, como era esparable, empezaron por las zonas céntricas y barrios residenciales. El monto de inversión en señalizaciones verticales a diez años llegará a los dos millones de dólares con un canon mensual progresivo desde los dos mil quinientos dólares. Por los refugios, también a diez años, se invertirán dos millones y medio de dólares y un canon progresivo desde cinco mil dólares. En las carapantallas, a cinco años, la inversión será de un millón y medio de dólares y un canon mensual de veinticinco mil dólares.

El director del proyecto de diseño de las señales verticales que la MCBA presentó a la concesionaria, el arquitecto Guillermo González Ruiz, indica que su equipo de trabajo se preocupó "por dignificar el paisaje urbano y por conciliar la apelación al consumo con la información pública sin que una desbordara a la otra. Por ejemplo, la publicidad abarca sólo el veinticinco por ciento de la paleta a manera de ladrillos —son cuatro— que se acoplan formando el nombre de la calle. Esa paleta es de plástico y tiene forma de huso, por lo que resulta un diseño más contemporáneo y resistente al viento".

El modelo de los refugios, existentes en algunas ciudades europeas y también en Israel, fue principalmente importado de París. Su diseño modular de hierro soldado y policarbonato (fibra importada, transparente) no resulta tan funcional como llamativo para ser finalmente sólo un soporte de publicidad. Su transparencia permite el paso del sol, y al ser abierto deja entrar la lluvia y el viento. El ingeniero Spinazola, presidente de la firma del mismo nombre, dice que "esta concesión es más una colaboración que una inversión rentable. Nuestros costos son tal altos como los internacionales, pero el precio de la publicidad aquí es muy bajo". Spinazola indica que el modelo fue adaptado a las características climáticas de la ciudad.

El gran enemigo de las señales en la vía pública son las pintadas y las pegatinas libres, aquellas que se fijan independientemente de lo que establece el código de publicidad y —desde luego— no pagan impuestos. No necesariamente quienen violan las normas son las pequeñas agencias y los anunciantes independientes.

Una basurita en el ojo

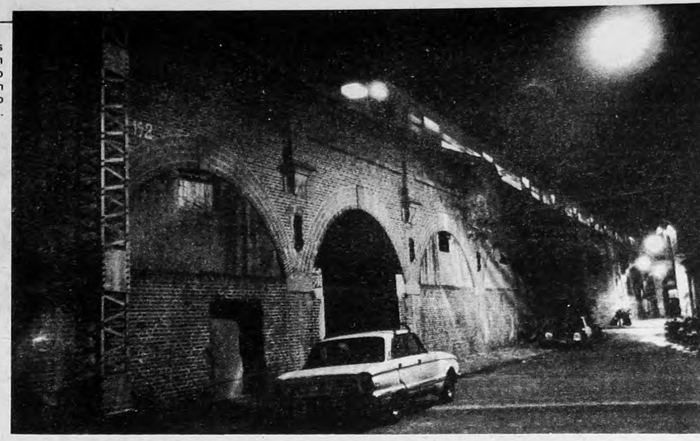
Un cálculo aproximado de lo que las empresas gastan en publicidad indica que el noventa por ciento lo hace en el rubro televisión y el diez por ciento en gráfica y vía pública, donde se estima entre el uno y el cinco por ciento oscilante. Sin embargo, las calles de toda gran ciudad están bien cargadas de carteles y pantallas publicitarias cuyo número va en aumento. ¿Se trata de contaminación visual? Sobre su existencia o no hay diversas opiniones y tampoco se conoce una persona contaminada, lo que se dice contaminada. La investigadora en comunicación y docente de la Universidad de Buenos Aires Estela Schindel explica que la contaminación en las ciudades es tanto visual como sonora. "La polución visual es llamada por los analistas *estrés perceptivo* —dice— y se da cuando la sobrecarga de estímulos provoca una tensión y una ansiedad tan grandes que el hombre pierde la posibilidad de segregación, discriminación y elaboración del mensaje." Buenos Aires tiene, en este punto, un nivel de contaminación medio, si se lo compara con el de sus pares Tokio, San Pablo, México DF y Nueva York.

Otro de los aspectos a considerar en la contaminación visual es el urbanístico. "En general cuando se planifica el espacio urbano no se piensa en la publicidad y viceversa —advierte Schindel—; el problema es que muchos edificios se convierten en soportes del cartel y la identidad urbana está dada por su mensaje icónico más que por la arquitectura. La ciudad pierde su identidad. Y en Buenos Aires, donde ha crecido la cantidad de carteles, hay muchos que están en contravención con las normas."

Un ejemplo de esto es el de la avenida Leopoldo Lugones, donde el enorme número de carteles se contrapone al código de publicidad que prohibe el exceso de señalización en las vías rápidas. José López, director de la agencia Lautrec/Saatchi & Saatchi Worldwide da su opinión: "Desde el punto de vista publicitario, esto es un mal mensaje, porque el exceso se convierte en parte del paisaje. Yo desafío a quienes pasan por Lugones a recordar los anuncios, y estoy seguro de que no son más de dos. Si todos ellos llamaran la atención, serían una fuente de accidentes de tránsito", agrega.

En realidad la publicidad en las señales de información pública por sí solas no son un factor de contaminación. El especialista en comunicación Saúl Feldman explica que "la publicidad, más allá de todo, ofrece con sus luces y colores, un juego visual que resulta interesante. Creo que en este nuevo sistema de señales hay que analizar los casos por separado porque, por ejemplo, me parece muy práctico que una plaza se conserve bien cuidada gracias a un padrino, y nada tiene de malo que haya un cartel con la leyenda "a esta plaza la cuidan X (la marca) y usted...".

En una cultura en la que la mejor opción es mejorar y controlar lo inevitable, el problema surge cuando se pierde el objetivo central de la información pública, algo que en general importa poco a los fines comerciales. Para Feldman es importante "evitar que uno sienta que los espacios comunes de la ciudad han sido abandonados por los responsables de controlarlos. En otros países los beneficios de este tipo de sistemas se destinan realmente a hospitales, a escuelas y a universidades. Eso aquí todavía no sucede".



Las galerías de la estación Hipólito Yrigoyen serán centro comercial.

En la estación de Barracas, un paseo

EXPRESO DEL SUR

(Por Pablo Reyero) "Es la zona justa, donde permanecen los espíritus del pasado", asegura Charita, una vecina de Barracas, al recorrer la centenaria estación Hipólito Yrigoyen de la línea Roca y su viaducto —doce galerías de más de trescientos metros cuadrados unidas por un pasillo—, que próximamente será licitado por Ferrocarriles Metropolitanos (FEMESA) y transformado en un centro comercial al estilo de Paseo de la Infanta, luego de que el vecindario —nucleado en el Ateneo Cultural Barracas— viera frustrados sus intentos de materializar un sueño: el "Paseo del 900", un centro cultural para la zona sur.

En su momento, el tren insufló a Barracas un soplo de vida rescatando a su gente del olvido, y la afirmación de Charita se acerca a un secreto: frente a la estación funcionó una de las primeras salas de cine de barrio y junto al ferrocarril recitaban sus versos a Buenos Aires —en el Café-Bar-Billares El Centenario— payadores como Nemesio Trejos y tangueros como Eduardo Arolas. Si el cine tiene como misión desnudar la esencia natural de las cosas, Barracas y en particular esta estación del 1900 algo deben tener de especial. Cabe recordar que este barrio ha sido lamado "la capital del cine" porque en sus recovecos más de veinte grandes títulos nacionales se han filmado: *Pobre mi madre querida* de Homero Manzi, *Pelota de trapo* de Torres Ríos, *Los hijos de Fierro, La hora de los hornos y Sur* de Fernando Solanas, son sólo algunos de ellos.

"Pero paradójicamente no disponemos de un centro cultural. Entre el mate amargo y el gusto de presenciar los rodajes, aunque fuese a altas horas de la noche y en camisón, la idea de gestionar ante Ferrocarriles Argentinos el alquiler de las galerías del viaducto fue tomando cuerpo. Después de muchas idas y venidas conseguimos firmar un contrato de locación, pero sólo nos dieron seis de las doce arcadas y por el escaso plazo de un año", recuerda María D'Abate, escritora y presidenta del Ateneo Cultural Barracas. Con ayuda de la Municipalidad de la Ciudad de Buenos Aires (MCBA), los vecinos limpiaron de yuyos, escombros y raterío los terrenos que rodean a la estación, se iluminó la zona, se asfaltaron calles y se amplió el pasaje Agustín Bardi, luego decorado con murales.

El proyecto original del "Paseo del 900" contemplaba salas de exposiciones, talleres de pintura, una vidriera destinada al Fondo Nacional de las Artes, un museo de Ferrocarriles, un minicine y un local para la Biblioteca Popular de Barracas. El diseño de los planos corrió por cuenta del por entonces director de Arquitectura de la Comuna, Jorge Sabato. Sin embargo, poco fue lo que se pudo avanzar, debido en parte al corto plazo del contrato de locación —venció en octubre de 1991—, que a su vez impidió según los vecinos llegar a un arreglo con inversores privados.

A fines de abril de este año, FEMESA envió un telegrama al Ateneo instándolo a desalojar el lugar. Las tratativas, finalmente, parecen haber desembocado en una salida concertada: "Las galerías del viaducto serán licitadas, pero figurará una cláusula en el contrato por la cual se destinará un sector del viaducto a actividades culturales", según lo expresa el gerente de relaciones públicas de FEMESA, Eduardo Yangosian. Resta aclarar si esas actividades serán coordinadas por el Ateneo Cultural Barracas. "Hay ocho cuadras de viaductos pero quieren éste, que los vecinos nos ocupamos de arreglar. Somos conscientes de que puede transformarse en un polo de atracción turística más que interesante. No nos oponemos a que venga un privado, pero exigimos que se le dé un espacio cultural a la zona sur y que se respete la arquitectura e idiosincrasia del barrio", señala Renée López, otra vecina. Su abuelo llegó junto con el de María D'Abate a Barracas hacia 1870, empleándose en los talleres de ferrocarril de Remedios de Escalada. De pequeñas, sus "salidas" consistían en sentarse de punta en blanco en la estación para ver llegar y salir los trenes, y observar las caras y las manos de los obreros que trabajaban en las fábricas de la zona. Desde Onganía al fin del Proceso contabilizan treinta y cuatro esqueletos de grandes industrias, abandonados al desgaste del tiempo y la bruma del Riachuelo en Barracas.

En junio de 1991, a pedido del Ateneo, la Dirección de Museos y Monumentos dependientes del Ministerio de Justicia y Educación aprobó que la zona delimitada por las calles Jorge, San Antonio, Luján y Santa María fuera considerada *Area de Preservación Histórica*; su sanción definitiva requiere el visto bueno del Concejo Deliberante. Además de la estación Hipólito Yrigoyen, hoy coquetea en la esquina del Pasaje Daquier el boliche Buenos Aires Sur, a escasos cincuenta metros duerme el reposo del guerrero el ex-Mercado Condensador de Pescado —que ocupa una manzana y la MCBA piensa reciclar en La Universidad del Tango—, y a sólo unas cuadras se encuentran las iglesias de María Auxiliadora —cuya imagen fue traída de Italia en 1890 por San Juan Bosco—, del Sagrado Corazón —de la misma década— y de Nuestra Señora del Buen Consejo, construida en 1920.

"Como existen el Centro Cultural Recoleta en la zona norte y el San Martín en el centro, quisimos organizar el Paseo del 900, abierto a toda la gente de la zona sur, ya que el tren eléctrico nos ubica a sólo cinco minutos de Gerli, a siete de Lanús, a diez de Temperley... Esperemos que no se convierta en un 'Paseo del Tango' for export", sintetizan los vecinos del Ateneo.



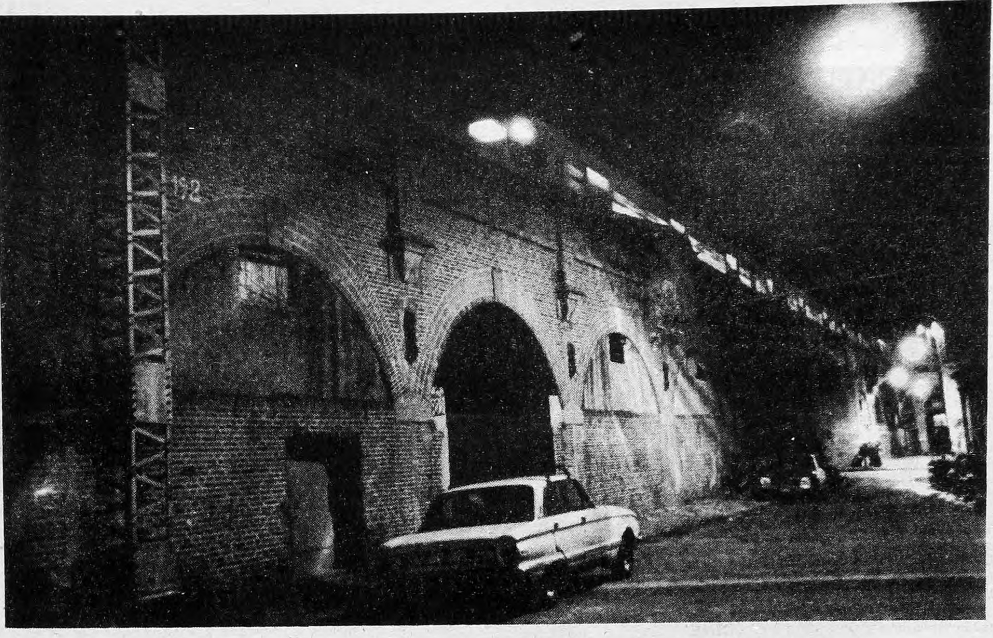


Los vecinos de Barracas soñaban con un centro exclusivamente dedicado a la cultura.

máticas de la ciudad.
ran enemigo de las señales en
pública son las pintadas y las
nas libres, aquellas que se fi-
dependientemente de lo que es-
e el código de publicidad y
de luego— no pagan impues-
o necesariamente quienen vio-
s normas son las pequeñas
as y los anunciantes indepen-
s.

basurita
l ojo

cálculo aproximado de lo que
presas gastan en publicidad in-
ue el noventa por ciento lo ha-
el rubro televisión y el diez por
en gráfica y vía pública, don-
estima entre el uno y el cinco
iento oscilante. Sin embargo,
lles de toda gran ciudad están
argadas de carteles y pantallas
citarias cuyo número va en
nto. ¿Se trata de contamina-
visual? Sobre su existencia o no
iversas opiniones y tampoco se
e una persona contaminada, lo
e dice contaminada. La inves-
ora en comunicación y docente
Universidad de Buenos Aires
a Schindel explica que la con-
nación en las ciudades es tanto
l como sonora. "La polución
l es llamada por los analistas
perceptivo —dice— y se da
do la sobrecarga de estímulos
oca una tensión y una ansiedad
randes que el hombre pierde la
bilidad de segregación, discrimi-
on y elaboración del mensaje."
os Aires tiene, en este punto, un
de contaminación medio, si se
mpara con el de sus pares To-
San Pablo, México DF y Nue-
ork.
ro de los aspectos a considerar
contaminación visual es el ur-
stico. "En general cuando se
fica el espacio urbano no se
sa en la publicidad y viceversa
vierte Schindel—; el problema
ue muchos edificios se convier-
n soportes del cartel y la identi-
urbana está dada por su mensa-
ónico más que por la arquitec-
La ciudad pierde su identidad.
Buenos Aires, donde ha creci-
cantidad de carteles, hay mu-
que están en contravención con
ormas."
ejemplo de esto es el de la ave-
Leopoldo Lugones, donde el
me número de carteles se con-
ne al código de publicidad que
íbe el exceso de señalización en
ías rápidas. José López, direc-
e la agencia Lautrec/Saatchi &
chi Worldwide da su opinión:
sde el punto de vista publicita-
esto es un mal mensaje, porque
ceso se convierte en parte del
aje. Yo desafío a quienes pasan
Lugones a recordar los anuncios,
oy seguro de que no son más de
Si todos ellos llamaran la aten-
, serían una fuente de acciden-
e tránsito", agrega.
realidad la publicidad en las se-
s de información pública por sí
no son un factor de contami-
ón. El especialista en comunica-
Saúl Feldman explica que "la
icidad, más allá de todo, ofrece
sus luces y colores, un juego vi-
que resulta interesante. Creo que
te nuevo sistema de señales hay
analizar los casos por separado
ue, por ejemplo, me parece muy
tico que una plaza se conserve
cuidada gracias a un padrino,
da tiene de malo que haya un
l con la leyenda "a esta plaza
idan X (la marca) y usted...".
una cultura en la que la mejor
ón es mejorar y controlar lo ine-
ble, el problema surge cuando se
de el objetivo central de la infor-
ón pública, algo que en general
orta poco a los fines comercia-
Para Feldman es importante
tar que uno sienta que los espa-
comunes de la ciudad han sido
donados por los responsables de
rolarlos. En otros países los be-
cios de este tipo de sistemas se
nan realmente a hospitales, a es-
s y a universidades. Eso aquí to-
a no sucede".



Las galerías de la estación Hipólito Yrigoyen serán centro comercial.

En la estación de Barracas, un paseo

EXPRESO DEL SUR

(Por Pablo Reyero) "Es la zona justa, donde permanecen los espíritus del pasado", asegura Charita, una vecina de Barracas, al recorrer la centenaria estación Hipólito Yrigoyen de la línea Roca y su viaducto —doce galerías de más de trescientos metros cuadrados unidas por un pasillo—, que próximamente será licitado por Ferrocarriles Metropolitanos (FEMESA) y transformado en un centro comercial al estilo de Paseo de la Infanta, luego de que el vecindario —nucleado en el Ateneo Cultural Barracas— viera frustrados sus intentos de materializar un sueño: el "Paseo del 900", un centro cultural para la zona sur.

En su momento, el tren insufló a Barracas un soplo de vida rescatando a su gente del olvido, y la afirmación de Charita se acerca a un secreto: frente a la estación funcionó una de las primeras salas de cine de barrio y junto al ferrocarril recitaban sus versos a Buenos Aires —en el Café-Bar-Billares El Centenario— payadores como Nemesio Trejos y tangueros como Eduardo Arolas. Si el cine tiene como misión desnudar la esencia natural de las cosas, Barracas y en particular esta estación del 1900 algo deben tener de especial. Cabe recordar que este barrio ha sido lamado "la capital del cine" porque en sus recovecos más de veinte grandes títulos nacionales se han filmado: *Pobre mi madre querida* de Homero Manzi, *Pelota de trapo* de Torres Ríos, *Los hijos de Fierro, La hora de los hornos y Sur* de Fernando Solanas, son sólo algunos de ellos.

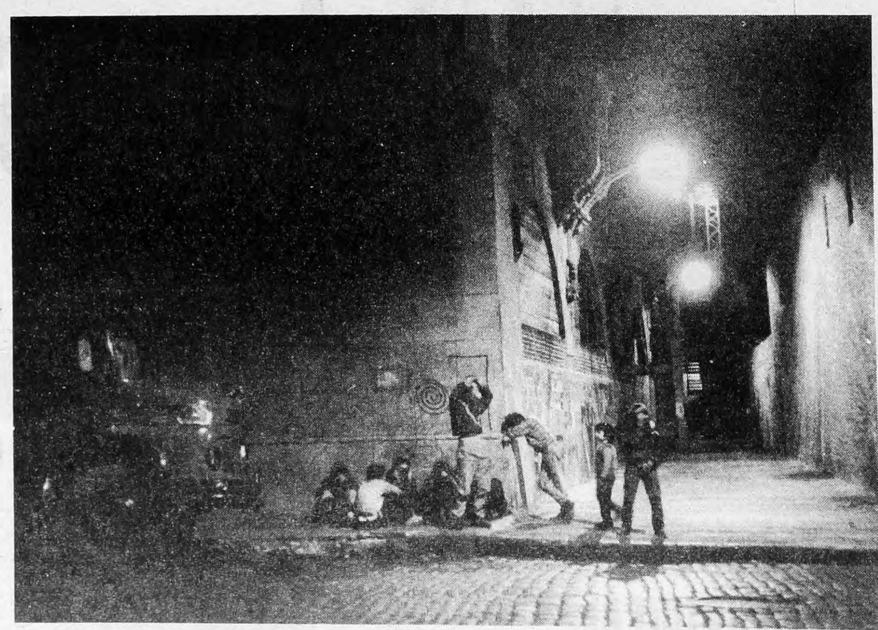
"Pero paradójicamente no disponemos de un centro cultural. Entre el mate amargo y el gusto de presenciar los rodajes, aunque fuese a altas horas de la noche y en camisón, la idea de gestionar ante Ferrocarriles Argentinos el alquiler de las galerías del viaducto fue tomando cuerpo. Después de muchas idas y venidas conseguimos firmar un contrato de locación, pero sólo nos dieron seis de las doce arcadas y por el escaso plazo de un año", recuerda María D'Abate, escritora y presidenta del Ateneo Cultural Barracas. Con ayuda de la Municipalidad de la Ciudad de Buenos Aires (MCBA), los vecinos limpiaron de yuyos, escombros y raterío los terrenos que rodean a la estación, se iluminó la zona, se asfaltaron calles y se amplió el pasaje Agustín Bardi, luego decorado con murales.

El proyecto original del "Paseo del 900" contemplaba salas de exposiciones, talleres de pintura, una vidriera destinada al Fondo Nacional de las Artes, un museo de Ferrocarriles, un minicine y un local para la Biblioteca Popular de Barracas. El diseño de los planos corrió por cuenta del por entonces director de Arquitectura de la Comuna, Jorge Sabato. Sin embargo, poco fue lo que se pudo avanzar, debido en parte al corto plazo del contrato de locación —venció en octubre de 1991—, que a su vez impidió según los vecinos llegar a un arreglo con inversores privados.

A fines de abril de este año, FEMESA envió un telegrama al Ateneo instándolo a desalojar el lugar. Las tratativas, finalmente, parecen haber desembocado en una salida concertada: "Las galerías del viaducto serán licitadas, pero figurará una cláusula en el contrato por la cual se destinará un sector del viaducto a actividades culturales", según lo expresa el gerente de relaciones públicas de FEMESA, Eduardo Yangosian. Resta aclarar si esas actividades serán coordinadas por el Ateneo Cultural Barracas. "Hay ocho cuadras de viaductos pero quieren éste, que los vecinos nos ocupamos de arreglar. Somos conscientes de que puede transformarse en un polo de atracción turística más que interesante. No nos oponemos a que venga un privado, pero exigimos que se le dé un espacio cultural a la zona sur y que se respete la arquitectura e idiosincrasia del barrio", señala Renée López, otra vecina. Su abuelo llegó junto con el de María D'Abate a Barracas hacia 1870, empleándose en los talleres de ferrocarril de Remedios de Escalada. De pequeñas, sus "salidas" consistían en sentarse de punta en blanco en la estación para ver llegar y salir los trenes, y observar las caras y las manos de los obreros que trabajaban en las fábricas de la zona. Desde Onganía al fin del Proceso contabilizan treinta y cuatro esqueletos de grandes industrias, abandonados al desgaste del tiempo y la bruma del Riachuelo en Barracas.

En junio de 1991, a pedido del Ateneo, la Dirección de Museos y Monumentos dependientes del Ministerio de Justicia y Educación aprobó que la zona delimitada por las calles Jorge, San Antonio, Luján y Santa María fuera considerada *Area de Preservación Histórica*; su sanción definitiva requiere el visto bueno del Concejo Deliberante. Además de la estación Hipólito Yrigoyen, hoy coquetea en la esquina del Pasaje Daquier el boliche Buenos Aires Sur, a escasos cincuenta metros duerme el reposo del guerrero el ex-Mercado Condensador de Pescado —que ocupa una manzana y la MCBA piensa reciclar en La Universidad del Tango—, y a sólo unas cuadras se encuentran las iglesias de María Auxiliadora —cuya imagen fue traída de Italia en 1890 por San Juan Bosco—, del Sagrado Corazón —de la misma década— y de Nuestra Señora del Buen Consejo, construida en 1920.

"Como existen el Centro Cultural Recoleta en la zona norte y el San Martín en el centro, quisimos organizar el Paseo del 900, abierto a toda la gente de la zona sur, ya que el tren eléctrico nos ubica a sólo cinco minutos de Gerli, a siete de Lanús, a diez de Temperley... Esperemos que no se convierta en un 'Paseo del Tango' for export", sintetizan los vecinos del Ateneo.



Los vecinos de Barracas soñaban con un centro exclusivamente dedicado a la cultura.



PASEN Y VEAN
(entrada gratuita o modesta)

CENTRO CULTURAL RECOLETA

Junín 1930

EXPOSICIONES

• *Con ojos de niño*, hipermuestra-evento que hasta el próximo 2 de agosto y en los horarios de 13 a 21 entre lunes y viernes y de 14 a 22 los sábados, domingos y feriados se ofrece en todo el centro, según este plan:
• *Sala 1:* "Burbujas", juegos con distintos elementos y materiales. Enciclopedia Británica, juegos didácticos.
• *Salas 2 y 3:* "Espacio historieta" (P.B.), Espacios A, B, y C.
• *Salas 4 y 8:* Exposición de fotografías: retratos de niños. Esta exposición se extiende hasta la Sala Pasillo 13.
• *Sala 9:* (Espacio Diseño): Taller de diseño gráfico destinado a niños.
• *Sala 10:* Congreso para Padres. Ciclo de conferencias, mesas redondas y debates.
• *Sala 11:* Treposaurio, divertimento infantil.
• *Sala 13:* Taller de robótica para niños. Fotomisterio: cámara fotográfica gigante dentro de la cual se puede entender el secreto de la "cámara oscura".
• *Sala 14:* Juegoteca: diversidad de juguetes para entretenimiento de los chicos.
• *Sala 16:* Taller de Plástica para chicos.
• *Sala 18:* Playtime y Planeta juegos.
• *Sala Sivori II:* Taller de la palabra.
• *Microcine:* (Sala 20): Ciclo de cine con programación especialmente destinada a los niños.
• *Sala 21:* Salón de computadoras para niños.
• *Patio del Tilo, De la Fuente y Del Aljibe:* Teatro de títeres.
• *Auditórium:* Festival Internacional de Títeres, participan importantes elencos argentinos, americanos y europeos de títeres y marionetas.

CENTRO CULTURAL GENERAL SAN MARTIN

Sarmiento 1551

TEATRO

• *Tacatín-Tacatán*, danza para niños con coreografías de Eliana Bonard y Alejandra Dawi, con dirección actoral de Charlie Nieto y música de María Teresa Corral. Hoy a las 16 y el domingo a las 17.30, en la Sala Juan Bautista Alberdi.
• *La ciudad de Genteseria*, obra del grupo Los Calandracas —actores y títeres de guante, boca y varilla— dirigida por Ricardo Talento. El domingo a las 15.30 y el lunes a las 16, en la Sala Juan Bautista Alberdi.
• *Con las antenas puestas*, espectáculo para chicos de más de cinco años que dirige Paco Redondo. Mañana, el martes 28 y el jueves 30 a las 15.30, en la Sala Juan Bautista Alberdi.
• *Andando por el tablero*, la historia del ajedrez explicada a los niños por el grupo Iaba-Daba-Doo, dirigido por Marta Haller. El lunes a las 18, en la Sala Juan Bautista Alberdi.
• *El herrero y el diablo*, de Juan Carlos Gené. Obra para adolescentes basada en un capítulo de *Don Segundo Sombra* a cargo de Gustavo Dileo. El martes y el jueves a las 19, en la Sala Juan Bautista Alberdi.

CINE

• *Cineclub infantil*, ciclo para niños que dirigen Víctor Iturralde y Rosario Luna, todos los sábados a las 18 en la Sala Juan Bautista Alberdi. Mañana, *El ruiseñor del Emperador*, de Jiri Trnka.

TEATRO MUNICIPAL GENERAL SAN MARTIN

Corrientes 1530

TEATRO

• *Trescientos millones*, de Roberto Arlt, con dirección de José María Paolantonio. Interpretada por Alejandra Boero, Onofre Lovero, Edda Bustamante y elenco, con escenografía de Juan Lepes, música de Rodolfo Mederos y vestuario de Renta Schussheim. Jueves, viernes y sábados a las 22.15, domingos a las 21, en la Sala Martín Coronado.
• *Traición*, de Harold Pinter, bajo dirección general de Jorge Hacker. Interpretada por Arturo Bonín, Daniel Fanego y Patricia Gilmour, con música original de Pablo Ziegler. Los miércoles a las 20, los jueves y los viernes a las 21.30, en la Sala Casacuberta.
• *Almas examinadas (díptico)*, creación de la Organización Negra, con guión y dirección de Manuel Hermelo y música de Gaby Kerpel. En la Sala Casacuberta, los martes a las 21.30 y los miércoles a las 22.30.
• *La calle de las cosas perdidas*, obra infantil de Daniel Ruiz, con dirección de Mario Camarano. Hoy, mañana y el domingo a las 15.30, en la Sala Casacuberta.
• *Cyrano*, adaptación de Claudio Hochman —a cargo también de la dirección— del texto de Edmond Rostand. Hoy, mañana y el domingo a las 17.30, en la Sala Casacuberta.
• *Mummenschanz Bis*, conjunto de mimos suizos. Hoy, mañana y el domingo a las 15.30, en la Sala Martín Coronado.

DANZA

• *Ballet Du Nord*, de Francia, que presenta las siguientes coreografías en la Sala Martín Coronado: hoy, *Requiem* y *Entre dos aguas*; mañana, *Apollo*, *Cobras au claire de lune* y *La nuit transfigurée;* y el domingo, *Suite pour 7*, *La casa de Bernarda Alba* y *La nuit transfigurée*. Siempre a las 21.30.

CINE

• *Homenaje a William Walton*, organizado por el British Council y la Fundación Cinemateca en la Sala Leopoldo Lugones. Hoy se proyectará *Ricardo III*, de Laurence Olivier; mañana, *Enrique V*, también de Laurence Olivier; y el domingo, *Hamlet*, también de Laurence Olivier. Con tres funciones diarias a las 15, a las 18 y a las 21.

FOTOGRAFIA

• *Walton y sus amigos*, muestra de Cecil Beaton organizada por el British Council dentro del ciclo Festival de Arte Británico Contemporáneo. Hasta el 2 de agosto, en el horario de 16 a 24 todos los días, en la Fotogalería.

MUSEOS MUNICIPALES

MUSEO DE ARTE MODERNO
San Juan 350/
Corrientes 1530, piso 7

• *Miguel Angel Ríos* técnicas mixtas. En la Sede San Juan.
• *Paul Ipssen, pinturas.* Hasta el próximo 2 de agosto, en la Sede Corrientes.

MUSEO DE ARTE ESPAÑOL ENRIQUE LARRETA
Juramento 2291

• *Exposición del patrimonio*, con obras de Arte Español de los siglos XIII al XX.
• *Festival Infantil de Teatro*, para chicos de todas las edades, todos los días en forma alternada: *Qué pasa en la plaza* (con dirección de Pablo Mojés); *Grupo Rayuela* (con dirección de Fabián Rendo); *Cachivaches* (con dirección de Jorge Nabone) y *Desarmable* (con dirección de Manuel González Gil).

MUSEO DE MOTIVOS ARGENTINOS JOSE HERNANDEZ
Av. del Libertador 2363

• *El mate cuenta su historia*, *La pulpería de campaña*, *Armas criollas* y *La talla en madera*, exposiciones permanentes.
• *Cuentos y plástica para niños*, actividad que se realiza los sábados y los domingos de 16 a 17.30.

MUSEO DE ARTES PLASTICAS EDUARDO SIVORI
Corrientes 1530, piso 7

• *Carlos Angrigiani y Gustavo Lowry*, muestra de fotografías.

MUSEO DEL CINE PABLO DUCROS HICKEN
Sarmiento 2573

• *Exposición permanente de cine argentino*, *Cámaras y proyectores del cine argentino* y *Sala María Luisa Bemberg* son las muestras permanentes del museo.

MUSEO HISTORICO DE LA CIUDAD BRIGADIER GENERAL SAAVEDRA
Crisólogo Larralde 6309

• *¿Cómo vivían los porteños de antaño?*, visita con explicaciones y juegos a esta muestra que se extiende hasta el próximo 31 de julio.

MUSEO DE LA CIUDAD
Alsina 412

• *Los porteños jugaban y se divertían*, muestra de muñecos, barajas, vehículos, muebles, libros y demás antigüedades del juego porteño.
• *Feria de San Pedro Telmo*, los domingos de 10 a 17 en Humberto 1° y Defensa.
• *Feria de las Artes*, los viernes de 12 a 17 en Alsina y Defensa.

MUSEO DE ESCULTURA LUIS PERLOTTI
Pujol 642

• *Exposición permanente del patrimonio*, formado por la obra escultórica de Luis Perlotti.

PROGRAMA CULTURAL DE BARRIOS

• *Feria de Mataderos*, artesanías y tradiciones populares argentinas en la Recova del Mercado de Hacienda (avenidas Lisandro de la Torre y De los Corrales). Todos los domingos y feriados, de 11 a 20, se ofrecen talleres gratuitos —telar, tango, dibujo, danza folklórica, cerámica, títeres—, juegos tradicionales —sapo, herradura, palo enjabonado, carreras de embolsados—, comidas regionales —asado, locro, tamales, tortas fritas— y un festival folklórico, en el que participarán este 26 Santiago Manta, Los Quichuas, Los Bandeños, Carlos Souza, Juan Acosta y su violín sachero, Alejandro Bustos y su guitarra, poesías de Ana Alicia Licitra, con la animación de Julio Rodríguez Ledesma.
• *La calle de los títeres*, que en vacaciones de invierno amplía su horario de martes a domingo, a partir de las 15, en Avenida Caseros 1750. Teatro de títeres con los siguientes elencos: Los Chilotitos, El Conventillo, Pan y Mate, Laberinto, Garabaita, Alpargata, Los Títeres de Buenos Aires, La Golondrina, Del Macanazo, La Rosa de los Vientos y Pasta.

VARIETE

• *Cuentos de humor y amor*, unipersonal de Ana María Bovo basado en relatos de J. D. Salinger, Katherine Mansfield, O'Henry, Silvina Ocampo, Felisberto Hernández y otros. Todos los viernes a las 21.30 en el Foro Gandhi-Nueva Sociedad, Montevideo 453, subsuelo.
• *Túneles coloniales, Manzana de las Luces, Colegio Nacional de Buenos Aires y Sala de Representantes* son algunos de los puntos del itinerario que los sábados y domingos a las 15.30 y a las 17 se pueden recorrer en las visitas guiadas que organiza el Instituto Histórico de la Manzana de las Luces, que parten de Perú 272. Además, en la Manzana funciona un *Mercado de antigüedades, artesanías, objetos de colección y artes plásticas:* todos los sábados de 10 a 18, en Perú casi Diagonal Sur.
• *Haciéndose la del monologo*, unipersonal del Sátira/12 Carlos Guarnerio que se ofrece el sábado a las 23 en el Teatro Bululú, Rivadavia 1350.
• *Manal-Javi-Pascuali*, nueva banda de Javier Martínez que se presenta hoy y mañana a las 23.30 en Liber/Arte, Corrientes 1551.